



**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, CITRA PRODUK
DAN CITRA PEMAKAI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SEPATU PADA TOKO RESTU
SNEAKERS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

FIRMAN ARDIANSYAH

NIM. 2012-11-046

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2016

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, CITRA PRODUK
DAN CITRA PEMAKAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SEPATU PADA TOKO RESTU SNEAKERS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus,

2016

Mengetahui,
Ketua ProgDi


NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501

Pembimbing I


Hj. FITRI NUGRAHENI, SE, MM
NIDN. 0626028001

Mengetahui,
Dekan


Dr. H. MUCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II


DIAN WISMAR'EIN, SE, MM
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. Barang siapa yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya dan bertaqwa kepada-Nya, maka mereka adalah orang-orang yang mendapat kemenangan (**QS. An-Nur ayat 52**)
2. Ilmu lebih baik daripada harta, karena ilmu akan menjaga kamu dan semakin berkembang jika dimanfaatkan. Sedangkan harta kamulah yang menjaganya dan akan habis bila dinafkahkan (**Ali Bin Abi Thalib RA**)

PERSEMBAHAN :

1. Kedua orangtuaku tercinta Fatih Moeryanto dan Titik Sumiyati
2. Calon istriku tercinta Novia Muna
3. Teman-teman
4. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan berkah-Nya, sehingga skripsi dengan judul **Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu pada Toko Restu Snakers**, dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun untuk sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis dapat membimbing dan bantuan yang berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Noor Azis, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Hj. Fitri Nugraheni, SE, MM serta selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
4. Ibu Dian Wismar'ain, SE, MM, selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
6. Karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis akan bersenang hati untuk menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat. Amin.

Kudus, 2016

Peneliti

Firman Ardiansyah



ABSTRAKSI

Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu pada Toko Restu Snakers

Oleh : Firman Ardiansyah

Tujuan adalah untuk menguji citra perusahaan, citra produk, citra pemakai terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu pada toko Restu Sneakers baik secara parsial maupun secara berganda. Jenis penelitian adalah penelitian survei yang menggunakan sampel, yakni meliputi pengumpulan data dan untuk uji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti, pengambilan sampel rumus J. Supranto dihasilkan sampel sebanyak 98 responden. Pengolahan data menggunakan *scoring, editing, tabulating*, dan proses Input data ke Komputer program SPSS. Berdasarkan hasil pengujian penelitian menggunakan analisis regresi, uji hipotesis, dan uji berganda diperoleh kesimpulan bahwa citra perusahaan, citra produk, citra pemakai, dan citra pemakai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun berganda. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra perusahaan.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Citra Produk, Citra Pemakai, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The influence of the corporate image, Image Products and image Users against the decision of purchasing products on Shoe Store Approval Snakers

By : Firman Ardiansyah

The goal is to test the corporate image, product image, the image of the wearer against consumer purchasing decisions on Blessing store Shoes Sneakers either partially or in multiple. This type of research is a survey research using a sample, i.e. include the collection of data and to test hypotheses or answer questions about the status of the subject of the research. The population in the study are not known with certainty, sampling formula j. Supranto generated the sample as much as 98 respondents. Data processing using scoring, editing, tabulating, and process the Input data to a computer program SPSS. Based on the test results of research using regression analysis, test hypotheses, and multiple test conclusion that corporate image, product image, the image of the wearer, and the image of a positive and influential users significantly to purchase decisions either by partial or double. The most dominant variables influencing purchasing decisions is the company's image.

Keywords : Corporate image, Product Image, the image of the wearer, and purchasing decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xiI
DAFTAR GAMBAR	xiiI
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Perumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Kegunaan Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Manajemen Pemasaran	6
2.2. Citra Perusahaan	6
2.2.1. Pengertian Citra Perusahaan	6
2.2.2. Komponen Citra Perusahaan	8
2.3. Citra Produk	10
2.3.1. Pengertian Citra Produk	10

2.3.2. Konsep Citra Produk	11
2.3.3. Faktor-Faktor Pendukung Terbentuknya Citra Produk.....	12
2.3.4. Keuntungan Citra Produk yang Kuat	14
2.4. Citra Pemakai	15
2.4.1. Pengertian Citra Pemakai	15
2.5. Keputusan Pembelian	16
2.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.5.2. Jenis Keputusan Membeli Konsumen	18
2.5.3. Perilaku Pasca Pembelian	19
2.6. Pengaruh Antar Variabel	20
2.6.1. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian	20
2.6.2. Pengaruh Citra Produk terhadap Keputusan Pembelian	21
2.6.3. Pengaruh Citra Pemakai terhadap Keputusan Pembelian	21
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	26
2.8. Kerangka Pemikiran	26
2.9. Hipotesis	28
BAB. III. METODE PENELITIAN	28
3.1. Rancangan Penelitian	28
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	28
3.2.1. Variabel Independen	30

3.3. Populasi dan Sampel	30
3.4. Jenis dan Sumber Data	32
3.5. Metode Pengumpulan Data	32
3.6. Uji Instrumen Data	33
3.6.1.1. Uji Validitas	33
3.6.1.2. Uji Reliabilitas	36
3.7. Pengolahan Data	37
3.8. Metode Analisis Data	38
3.8.1. Analisis Deskriptif	39
3.8.2. Analisis Kuantitatif	39
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
4.1.1. Gambaran Umum Toko Restu Snakers	45
4.1.2. Penyajian Data	46
4.2. Penyajian Data	46
4.2.1. Identitas Responden	46
4.2.2. Frekuensi Data Variabel	48
4.3. Analisis Data	54
4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.3.2. Hasil Pengujian Parsial (Uji t)	56
4.3.3. Hasil Pengujian Berganda (Uji F)	57
4.3.4. Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)	58
4.4. Pembahasan	59

4.4.1. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian	59
4.4.2. Pengaruh Citra Produk terhadap Keputusan Pembelian	60
4.4.3. Pengaruh Citra Pemakai terhadap Keputusan Pembelian	61
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
3.1. Tabel Z (penentuan sampel)	31
3.2. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Perusahaan	34
3.3. Hasil Uji Validitas Kuesioner Citra Produk	34
3.4. Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian	35
3.5. Hasil Analisis Reliabilitas	37
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	47
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.4. Jawaban Responden tentang Variabel Citra Perusahaan	49
4.5. Jawaban Responden tentang Variabel Citra Produk	50
4.6. Jawaban Responden tentang Variabel Citra Pemakai	51
4.7. Jawaban Responden tentang Variabel Keputusan Pembelian	53
4.8. Hasil Analisis Regresi Berganda	54
4.9. Hasil Uji F	58

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	26
--------------------------------------	----

